

北海道競馬推進プラン

競馬事業の更なる発展と馬産地の活性化を目指して



平成23年3月

北 海 道

目 次

I	ホッカイドウ競馬の現状	
1	ホッカイドウ競馬の位置づけ	1
	(1) 産地を背景とした豊富な2歳馬資源	
	(2) 全国の競走馬供給基地	
	(3) 軽種馬経営の下支え	
2	地域への経済効果等	2
	(1) 地域経済への効果	
	(2) 雇用への効果	
	(3) 産地の活性化	
3	北海道競馬改革ビジョンに基づく運営改善	3
	(1) 組織改革	
	(2) 魅力ある競馬(番組)づくり	
	(3) 発売体制の充実	
	(4) 経費の削減・合理化	
4	今後の安定運営に向けた課題	6
	(1) 安定した収支構造の確立	
	(2) 競走の充実	
II	競馬事業の今後の展開方向	
1	基本的な考え方	7
	(1) 収支構造の安定	
	(2) 産地競馬としての機能の更なる強化	
	(3) 競馬場を活用した地域振興	
	(4) 計画期間	
2	今後の取組	8
	(1) 強い馬づくりの推進と魅力ある番組づくり	
	(2) ホッカイドウ競馬のファンの拡大	
	(3) 他主催者との連携強化と発売拡大	
	(4) 日本中央競馬会との相互連携の強化	
	(5) 競馬場の魅力を活かした観光	
	(6) 情報発信の向上	
	(7) 経費の削減	
3	競馬事業の今後の収支見通し	11

I ホッカイドウ競馬の現状

1 ホッカイドウ競馬の位置づけ

(1) 産地を背景とした豊富な2歳馬資源

- ホッカイドウ競馬は、軽種馬の生産地にあることから、多くの新馬を受け入れ、レベルの高い調教技術のもと、強い馬づくりと全国一早い新馬競走を行っており、そこから多くの競走馬が他の地方競馬や日本中央競馬会（以下「JRA」という。）に転厩し活躍しています。

■ 表1 地方競馬の2歳馬登録頭数 (単位:頭)

区分	北海道営 (構成比)	岩手	南関 (4場)	東海 北陸	近畿 中四国	九州	計 (100)
H19	669 (27.3)	173	907	248	269	187	2,453
20	666 (29.7)	131	779	248	241	176	2,241
21	739 (32.4)	140	766	213	242	181	2,281

※地方競馬全国協会:「地方競馬に関する資料」:各年1月1日～12月31日の新規登録数である。

■ 表2 年齢別競走回数 (単位:競走)

区分	開催 日数 (日)	2歳戦	うち認定競走数				3歳 以上戦	計
			フレッシュ	ルーキー	アタック	計		
			H19	83	366	65		
20	82	349	62	24	94	180	524	873
21	81	339	63	24	94	181	524	863

※競馬事業室調べ

12月末現在

(2) 全国の競走馬供給基地

- ホッカイドウ競馬でデビューした2歳馬の半数以上がJRAや南関東をはじめ、他の地方競馬に転厩しており、ホッカイドウ競馬は全国の競馬場への競走馬供給基地としての役割を担っています。

■ 表3 道営2歳馬の転厩先 (単位:頭、%)

転厩先	H19年		20年		21年	
	頭数(a)	構成比(%)	頭数(a)	構成比(%)	頭数(a)	構成比(%)
岩手	18	4.2	17	3.8	11	2.2
南関東	143	32.9	151	33.3	190	37.6
東海北陸	67	15.4	74	16.3	93	18.4
近畿中四国	75	17.3	82	18.1	98	19.4
九州	49	11.3	56	12.4	44	8.7
JRA	82	18.9	73	16.1	69	13.7
合計	434	100	453	100	505	100
転厩割合	64.5	-	66.8	-	68.2	-
頭数	673	-	678	-	741	-

※ 北海道軽種馬振興公社調べ なお、頭数(a)には未出走馬を含む 各年12月末現在

(3) 軽種馬経営の下支え

- JRAのご協力による2歳馬の認定競走（勝ち馬はJRAの競走に出走可能となる。）が数多く実施されることもあり、軽種馬需要の低迷などから市場で売り切れない2歳馬を生産者自ら競馬に活用するため、ホッカイドウ競馬の馬主の約半数が軽種馬生産者となっており、生産馬の総合的な活用を図るセーフティネットとしての役割を果たしています。

※北海道馬主会会員数（H22/10末現在） 426（うち生産者226・・・53.1%）

- ホッカイドウ競馬では馬流通面での機能を一層高めていくため、現役競走馬のセリとしては、全国唯一の「トレーディングセール」を平成13年から実施しました。

■ 表4 トレーディングセール(11月下旬)の取引実績の推移

年度	上場頭数	売却頭数	売却率(%)	売上高(千円)	平均価格(千円)	最高価格(千円)
H19	64	21	32.8	110,282	5,252	52,605
20	63	19	30.1	109,830	5,781	31,500
21	48	32	66.6	57,918	1,819	19,650

※北海道軽種馬振興公社調べ

2 地域への経済効果等

(1) 地域経済への効果

- 日高管内では様々な競走馬関連産業が集積しており、競走馬産業全体の市場規模は600億円以上となっています。
- ホッカイドウ競馬は、日高、胆振にとどまらず、道内の様々な経済活動と密接に結びついており、地域経済に大きな役割を果たしています。

■ 表5 日高管内における競走馬産業の市場規模 (単位:百万円)

市場区分		事業主体	規模
生産物販売 (A)		生産者	33,877
育成産業 (B)		育成牧場	1,256
生産財 関連産業 (C)	種牡馬産業	シンジケート、個人、軽種馬農協、軽種馬協会	14,512
	種牡馬預託	スタリオン	713
	飼料産業	民間、総合農協	7,314
	馬具産業	馬具業者	2,302
	生産資材	総合農協	610
飼育管理 サービス業 (D)	獣医診療業	軽種馬農協、NOSAI、開業獣医師	876
	装蹄・削蹄業		393
	馬輸送業		1,885
	競走馬保険		1,062
	家畜共済	NOSAI	642
販売サービス 産業 (F)	競走馬市場業	軽種馬農協、総合農協、民間市場	513
	販売仲介業	家畜商	481
関連産業合計(F=B+C+D+E)			31,301
競走馬産業合計(A+F)			66,436

※小山良太「競走馬産業の形成と協同組合(2004年)」

■ 表6 北海道競馬の経済波及効果(「北海道競馬改革ビジョン」より抜粋)

200億円にも及ぶ経済波及効果

○ ホッカイドウ競馬のもたらす経済波及効果を18年度開催経費をもとに、「北海道産業連関表」(平成14年3月/北海道開発局)を使用し推計すると、競馬開催や出走馬の生産額、ファンの飲食費等の直接支出が110億円となっています。

○ この直接支出により、関連産業への生産誘発額や、その二次波及効果を合わせた経済波及効果額は、234億円と、開催経費の4.1倍、支出額の2.1倍にのびります。このうち、道内の波及効果額は198億円であり、北海道経済に大きく寄与しています。

(2) 雇用への効果

○ ホッカイドウ競馬の開催に当たっては、馬券の発売や清掃、警備など様々な業務を行うために多くの直接雇用を生み出しています。

【ホッカイドウ競馬に係る雇用状況：H22.9.1調査】

・ 北海道軽種馬振興公社	38人	} 計1,095人
・ 本場・場外従事員	363人	
・ きゅう舎関係者(調教師:33、騎手:23、厩務員:257)	313人	
・ 委託業務等に係る従事員(清掃、警備等)	381人	

○ また、競馬の開催を通じ、馬の生産・販売やファンによる飲食費支出など関連産業への波及効果もあり、さらに多くの雇用に結びついているものと推計されます。

(3) 産地の活性化

○ ホッカイドウ競馬では平成15年に「認定厩舎制度」*1を導入しました。その第一号馬となったコスモバルク号はシンガポール航空国際カップ(国際G1)を制するなど世界的に活躍しました。

○ 認定厩舎制度はホッカイドウ競馬の出走馬の確保につながる他、民間施設の有効活用や牧場関係者の意欲高揚・調教技術の向上等、馬産地の活性化に大きく寄与しています。

3 北海道競馬改革ビジョンに基づく運営改善

道では平成20年3月に今後の競馬事業の展開方向を示す「北海道競馬改革ビジョン」を策定し、様々な運営改善を進めてきました。

(1) 組織改革

① 実施体制

○ ホッカイドウ競馬の開催に産地力を最大限発揮させるため、社団法人北海道軽種馬振興公社(以下「公社」という。)を、産地の町、農協などによる会員の拡大と増資により、産地主導の公社に転換するとともに、平成21年度からは、「競馬の実施に関する業務」を委託し、産地の持つノウハウや資源を最大限発揮させ、効率的な競馬事業の実施に努めています。

また、公社事務所を、札幌市から日高町の門別競馬場に集約しました。

*1認定厩舎制度：調教師に使用させるため、北海道が競馬場内に設置した厩舎以外の厩舎で、一定の要件を満たす牧場などの厩舎を認定し活用する制度

○ 道では、競馬事務所を廃止し、競馬主催者として予算、道議会対応や公金管理などの根幹事務を担う競馬事業室を、平成21年度に本庁農政部内に設置しました。

② 競馬場の集約化

○ 旭川開催を平成20年度で終了させ、新たに門別競馬場を基幹競馬場に位置づけ、ナイター施設や新スタンドなどを整備し、平成21年度から「グランシャリオナイター」をスタートさせ、会社帰りのサラリーマンなど競馬ファンへの利便性を進めました。

なお、札幌開催については、門別競馬場に比べ経費が掛かり増しとなることから、平成22年度より休催していますが、大都市圏での開催により迫力あるレースを生で観戦できることや、新たなファン拡大が期待できることなど、競馬事業にとって有効な面も多いことから、今後の収支状況を見極めながら再開を検討することとしています。

■ 表7 ホッカイドウ競馬の発売額及び構成内訳の推移

区 分	開催 日数	発売額 (億円)	構 成 (%)							
			道 内			他主 催者	ネッ ト 発 売			
			本場	場外	OP		SPAT	楽 天		
H20(札幌、旭川、門別)	82	114	46.5	7.4	39.1	18.1	35.4	8.6	25.0	1.8
21(札幌、門別ナイター)	81	115	37.8	5.7	32.1	17.4	44.8	8.3	30.7	5.8
22(門別ナイター)	80	113	35.0	4.1	30.9	15.9	49.1	8.4	31.3	9.4

※競馬事業室調べ

③ 親しまれる競馬場づくり

○ 地方競馬全国協会やJRA、産地の皆様のご支援の下、白を基調に明るいイメージで来客スペースを拡大したポラリスドーム^{*2}、迫力ある映像を提供するJBCビジョン、あるいは大井競馬場と比肩する明るいナイター設備が整備されました。

○ 産地のご協力のもと、競馬場内にとねっこ広場やプチハウス、遊具、駐車場などを整備するとともに、地元の食材を活用した料理の提供などにより、競馬ファンはもとより、家族やカップルなどにも楽しんでもらえるようになりました。

また、ケイバまつりなどの各種イベントにおいて、地域の特産品の販売はもとより、各地のご当地グルメの提供や、地域のグループによる様々な支援活動を通じて、より親しまれる競馬場となりました。

(2) 魅力ある競馬(番組)づくり

① 番組づくり

○ 産地からのご支援による有名種牡馬種付権等を副賞とするスタリオンレースや、協賛競走等の副賞の提供によりレースの充実が図られました。

○ JRAからのご支援により、交流重賞競走や多くの認定競走などファンへの魅力あるレースの提供が図られました。

*2ポラリスドーム：門別競馬場の新スタンドで平成21年度に完成

②競走距離の見直し

- 短距離の番組では、スタートダッシュで勝負が決まる1000メートル競走から1200メートルに競走距離の見直しを図ることでファンへの魅力ある番組の提供に努めました。

■ 表8 距離別競走の実施回数

年 度		全 体	
		うち2歳馬戦	
H20年度 (A)	1000m	429レース	225レース
	1200m	57レース	28レース
21年度 (B)	1000m	196レース	111レース
	1200m	386レース	158レース
(B) / (A)	1000m	45.7%	49.3%
	1200m	6.8倍	5.6倍

※競馬事業室調べ

(3) 発売体制の充実

- 道内の発売拡大と他主催者の馬券発売による収益確保を図るため、平成13年度から自動発売・払戻機による少人数で低コスト運営を行うミニ場外発売所を整備してきた結果、平成22年度までに14箇所整備され、ほぼ全道を網羅する中で、気軽に競馬を楽しんでいただける環境を整えてきました。
- 民間活力を最大限活かしたミニ場外発売所は、道営発売に加え道営非開催時の週末や冬期間に他地方競馬主催者の競馬を発売することでホッカイドウ競馬の収益改善に寄与してきました。

■ 表9 ホッカイドウ競馬の場外発売所

- ・ 市営競馬と共同利用 3カ所(岩見沢、帯広、⑭ Aiba 苫小牧)
- ・ 道営独自 16カ所 (門別、旭川、⑬ A 静内、⑮ A 小樽、⑮ A 滝川、⑮ A 浦河、⑯ A 中標津、⑯ A 札幌駅前、⑰ A 千歳、⑰ A 函館港町、⑰ A 江別、⑳ A 石狩、㉑ A 札幌中央、㉒ A 登別室蘭、㉓ A 琴似、㉔ A くしろ)

※Aiba ~ ミニ場外の呼称(愛馬であり、出会いの場の意)、○内は開設年、_は民活型。

ミニ場外の効果

- ・ 自動発売・払戻機による少人数の低コスト運営。
- ・ 道営発売に加え、道営が非開催となる週末、冬期間には他主催者を発売し、年間300日以上の稼働による収益確保とともに、他主催者における道営発売の拡大につなげている。

- 馬柱などの情報提供や各種ファンサービスの実施により、南関東での3レース発売や中京地区でのリレー発売など、他主催者との連携・強化による発売拡大が図られました。

(4) 経費の削減・合理化

- 様々な運営改善に取り組んだことにより、平成13年度には28億円を超えた単年度赤字は確実に減少し、収支均衡を見通せる段階までできました。一方で、平成21年度までに一般会計から借り入れた長期借入金242億円を超え、経営基盤が依然として脆弱であることから、今後とも一層の経営安定に向けた経費の削減・合理化への取組が大切です。

■ 表10 ホッカイドウ競馬の収支等の推移

年度	発売額 (億円)	収支額 (億円)	累積赤字 (億円)	開催 日数	発売額		1日当 入場者数	運営改善の主な取り組み
					1日当	1人当		
H13	124	△28.4	157.1	93	134	21	5,771	・ミニ場外Aiba静内の新設、D-ネットの加入
14	98	△16.6	173.7	83	118	18	5,683	・〃 Aiba苫小牧の新設、開催経費削減
15	111	△13.7	187.4	84	132	17	6,532	・〃 Aiba小樽・滝川・浦河の新設、新型馬券導入
16	113	△13.6	201.0	84	135	16	6,650	・〃 Aiba中標津・留萌・札幌駅前の新設
17	114	△14.9	215.9	87	132	15	6,366	・〃 Aiba千歳・函館港町・江別の新設、大井競馬との相互3R発売
18	119	△10.9	226.8	85	140	14	6,490	・SPAT4で全R発売、マルチフォーメーション導入
19	119	△ 8.3	235.2	83	144	13	5,966	・ビジョン策定、SPAT4、楽天競馬で全日程発売
20	114	△ 4.3	239.5	82	138	12	5,377	・非開催日の場外発売の拡大、Aiba石狩の新設
21	115	△ 3.0	242.4	81	143	11	4,994	・旭川開催の廃止、門別フルナイトー開催 ・Aiba札幌中央、登別室蘭、琴似の新設
22	113	0	242.4	80	141	11	4,673	・門別フルナイトー開催 ・Aibaくしろの新設

注)：22年度は見込み：1日当発売額の単位は百万円、1人当発売額の単位は千円

4 今後の安定運営に向けた課題

(1) 安定した収支構造の確立

- 南関東をはじめとした他の地方競馬主催者との連携強化を進め、他場発売の一層の拡大が必要です。
- JRAと地方の連携協調策に基づく相互発売により、収支構造の安定化を目指します。
- ホッカイドウ競馬の、本場における発売額は5%程度であり、場外発売所や他主催者発売、ネット発売におけるファンに対する情報等の充実を図る必要があります。

(2) 競走の充実

- ホッカイドウ競馬は全国への競走馬供給基地としての役割から、2歳馬の転厩が多く、魅力ある番組づくりのため馬資源の確保を進める必要があります。
- 馬資源の確保と強い馬づくりに向けて、レベルの高い調教技術と併せた施設整備の検討が必要です。
- 競走馬の距離適性に応じた競走距離のバリエーションの拡充を検討することが必要です。

Ⅱ 競馬事業の今後の展開方向

1 基本的な考え方

ホッカイドウ競馬は、平成19年度に策定した「北海道競馬改革ビジョン」に基づく様々な競馬改革の取組により、着実に赤字体質からの転換が図られ、収支均衡を見通せる段階までできたことや、今後、新たな発売拡大に向けた環境の変化が見込まれることなどから、馬産地の活性化に不可欠な事業として、23年度以降も存続することが決定しました。

地方競馬を取り巻く環境が厳しい中において、ホッカイドウ競馬を将来にわたって、安定的に継続していくため、次のような基本的な考え方に立ち、新たな計画を策定します。

(1) 収支構造の安定

- これまで「北海道競馬改革ビジョン」に基づき赤字体質からの脱却を目指してきましたが、今後は長期的な視点に立って、平成23年度から27年度までの「5年間」を「将来の経営安定に向けた基盤づくりの期間」と捉え、新たな発売環境の変化に即した積極的な発売拡大と経営の合理化を進め、収支構造の更なる安定を図ります。
- 「強い馬づくりと魅力ある番組づくり」及び「発売の拡大」に重点を置き、これまで以上に競馬関係者や、南関東地区4競馬場（以下「南関4場」という。）をはじめとした地方競馬主催者、加えてJRAなどとの連携・協調策に積極的に取り組み、道民や全国の競馬ファンに愛される競馬事業の展開を目指します。

(2) 産地競馬としての機能の更なる強化

- ホッカイドウ競馬は、日高・胆振地域など軽種馬産地の活性化にとって不可欠な事業であるとともに、関連産業も含めて地域の経済、雇用を支える重要な役割を果たしています。また、国内唯一の産地競馬として多くの新馬を受け入れ、レベルの高い調教技術のもと、強い馬づくりを行っており、全国への競走馬の供給基地としての役割を担っています。
- このため、今後とも地域の基幹産業と結びついている競馬事業の安定的かつ継続的な運営が図られるよう、馬の入厩促進や強い馬づくりに向けて、産地をはじめ競馬関係者との連携協力を一層密接にしながら、産地競馬としての機能の更なる強化に取り組みます。
- 賞金や副賞の提供、施設整備への支援、さらには門別競馬場や場外発売所での協賛イベント等の開催など、産地からの様々な支援や協力により、レースの充実や親しまれる競馬場づくりが進められており、今後とも産地と協働して競馬事業の一層の発展に取り組みます。

(3) 競馬場を活用した地域振興

- 競馬場等を効率的に活用したイベントや情報発信の取組など、その多面的活用を図ることと、道民にとってより親しみやすい競馬と地域振興に寄与します。
- 競馬場における馬とのふれあいや馬文化の情報発信、観光ツアーの誘致など観光面での活用を促進します。

(4) 計画期間

23年度から27年度までの5年間とし、近年の急激な経済・社会情勢等の変化に適切に対応できるよう、毎年、取組内容や収支実績の点検などを行いながら、競馬事業を実施します。

2 今後の取組

(1) 強い馬づくりの推進と魅力ある番組づくり

ホッカイドウ競馬は、生産者馬主がその過半を占める中で、周年開催ができないことなどから、2歳馬の半数以上がJRAや他の地方競馬に転厩して3歳以上の古馬が少ない実態にあり、魅力ある番組づくりに向けた馬資源の確保が課題となっています。

このため、新馬の入厩促進と高度な調教技術を活かした強い馬づくりに向けた取組を推進し、魅力ある番組の提供と競走馬の付加価値の向上を図ります。

- ① 魅力ある番組提供に向けた馬資源の確保と強い馬づくりの推進
- ② 馬の距離適性に応じた競走距離のバリエーションの拡充
 - 多彩なレース実施が可能となる走路整備の検討
- ③ 産地と一体となった馬主の確保と入厩の促進
 - 組合馬主制度^{*3}やクラブ法人制度^{*4}の促進
- ④ 地方競馬主催者間の連携による騎手や競走馬の交流
 - 他主催者の騎手や競走馬による交流競走の実施
- ⑤ JRAとの連携による交流競走の拡大

(2) ホッカイドウ競馬のファンの拡大

ホッカイドウ競馬は、国内唯一の産地競馬として多くの新馬を受け入れ、全国への競走馬の供給基地としての役割を担っていることから、道内や全国の多くの競馬ファンに競走馬情報や産地情報を提供していくことで、ホッカイドウ競馬に対するファン層の拡大を図っていきます。

- ① 道内ファンの拡大に向けた取組
 - 場外発売所における積極的な情報提供（競走馬やレース、騎手情報など）
 - 地域イベントと連携した「A i b a祭り」などの実施
 - ホテルや飲食店との連携によるレース映像の放映や日高の観光PR
 - 都市圏におけるケイバ教室や騎手とのふれあいなどのファンサービスの充実

*3組合馬主制度：グループ（3～10人）内で組合契約を交し、一定の要件のもと馬主になれる制度

*4クラブ法人制度：法人馬主制度の一形態で、その運用には馬主登録とは別に「金融商品取引法」に基づく商品投資販売業者の登録が必要

② 道外ファンの拡大に向けた取組

- 主要スポーツ紙への馬柱掲載などレース情報の提供・充実
- ホームページ情報の充実（全国で活躍しているホッカイドウ競馬出身馬情報など）

③ 有名人を活用した情報発信

- ホッカイドウ競馬広報大使制度の検討

(3) 他主催者との連携強化と発売拡大

景気の低迷やレジャーの多様化などにより、全国的に競馬事業の運営が厳しさを増す中で、ホッカイドウ競馬においては、道内発売は減少傾向にあるものの、全体発売額の6割を占めている電話・インターネット（以下「ネット発売」という。）及び南関4場をはじめとする他主催者による場外発売は、今後とも発売拡大が期待できることから、引き続き、他主催者等との連携強化を進めます。

① 共同馬券発売システムへの参加

- 全国の地方競馬主催者が勝馬投票券（以下「馬券」という。）の共同発売を行う共同馬券発売システム^{*5}（以下「共同トータ」という。）への参画による他場発売の拡大と経費削減
- 共同トータ導入に対応した発売機及び払戻機の整備

② 道内の発売拡大や新たなファン層の拡大対策

- 利便性の向上や新たな発売拡大に向けた場外発売所の再編整備
- 収支状況を見極めながら、新たなファン層の拡大などが期待できる札幌開催再開の検討

③ 他主催者との連携による道外発売の拡大

- 南関4場をはじめとした地方競馬主催者との連携強化による発売拡大

④ 電話・インターネット発売のさらなる拡大

- 電話・インターネット運営主体や産地と連携したファンサービスの充実（ポイント付与や産地特産品のプレゼントなど）

(4) 日本中央競馬会との相互連携の強化

交流競走の拡大などJRAとの一層の連携強化を図るとともに、地方競馬主催者とJRAとの新たな相互発売に向けた環境整備や広報・情報提供の充実などの取組を推進します。

① JRAとの連携による交流競走の拡大

② 道内の場外発売所を活用したJRA馬券の発売

- JRA馬券に対応した発売機など関連機器の整備
- JRA馬券の発売に向けた情報提供

^{*5}共同馬券発売システム：全国の地方競馬主催者が、共同で勝馬投票券の発売や払戻に関する業務をコンピュータで処理するシステム

③ J R Aの電話・インターネット投票システム（即P A T）*6によるホッカイドウ競馬の馬券発売

- ホッカイドウ競馬の発売に向けた情報提供

（5）競馬場の魅力を活かした観光

競馬をより親しみのあるものとして、馬産地の日高や胆振における馬を中心とした産業及び文化に関する情報発信や観光面での活用が期待されています。

また、生産馬の海外への輸出の動きや馬産地への観光客の増加が見込まれることなどから、日高振興局（馬ひだかウェルカム推進事業など）等と連携し、競馬場の観光面での活用を促進します。

- 特産市等の開催
- 映像等を活用した全国・全道への地域情報の発信
- 旅行代理店等に対するプロモーション活動
- 観光分野との連携による外国人観光客等の誘客
- 競馬非開催日における観光客向け競馬施設の活用

（6）情報発信の向上

ホッカイドウ競馬の発売額のうち、本場における発売額は約5%程度であり、ほとんどが道内の場外発売所や他主催者発売、ネット発売となっていることから、道内外のファンに対する情報提供体制を充実します。

① 高画質な映像提供によるファンサービスの充実

- 映像伝送システムの整備の検討

② ホームページの充実

- 地方競馬やJ R Aの馬券発売に向けた競走馬、騎手、レース情報の充実
- ホームページを活用したファンの意見の把握
- 他の馬関係情報サイトと連携したP R

（7）経費の削減

業務内容を常に点検し、更なる経費節減に努めるとともに効率的な運営を図る。

- 共同トータ等への参画による経費の節減
- 入札方法や契約方法の見直し

*6即P A T：一部のネット銀行・都市銀行と提携したJ R Aのインターネット投票サービス

3 競馬事業の今後の収支見通し（試算値）

（単位：億円）

区 分		H22見込	H23予算	H24見通し	H25～27見通し	備 考
収 入	勝馬投票券収入	113	113	116	116	・道内発売額23年度▲4%、24年度▲4%、 25年度▲10%（JRA馬券発売開始の影響） ・JRAネットでの発売開始（24年度3日、25年度5日）
	業務協力金	14	14	15	17	・JRA馬券の発売開始（H25～）
	そ の 他	6	6	4	4	・補助金、寄附金等
収入計（a）		133	133	135	137	
支 出	法定等経費	93	93	96	96	・払戻金、地全協交付金、業務協力費等
	開催経費	40	40	39	39	・共同TZSによる節減（H24～）
支出計（b）		133	133	135	135	
収 支（c=a-b）		0	0	0	2	